

**PENGUNAAN DIGITAL MARKETING MELALUI PLATFORM
MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PADA UMKM MASAKAN NUSANTARA PAKDE JURI**

PROYEK MEDIA SOSIAL MANAJEMEN



Nama : Muhammad Arsyiel Adzhiem

NIM : 43121010326

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2025

**PENGUNAAN DIGITAL MARKETING MELALUI PLATFORM
MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PADA UMKM MASAKAN NUSANTARA PAKDE JURI
PROYEK MEDIA SOSIAL MANAJEMEN**

**Proyek Media Sosial Manajemen Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana**



MERCU BUANA

Nama : Muhammad Arsyiel Adzhiem

NIM : 43121010326

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Arsyiel Adzhiem

NIM : 43121010326

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa proyek media sosial manajemen ini adalah murni karya saya dan tim dengan bimbingan dosen pembimbing. Apabila kami mengutip hasil karya orang lain, maka saya dan tim mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya dan tim bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 10 Maret 2025



Muhammad Arsyiel Adzhiem

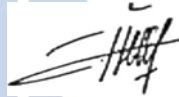
43121010326

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Arsyiel Adzhiem
NIM : 43121010326
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Penggunaan Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri
Tanggal Sidang : 25 Februari 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Diky Firdaus, S.Kom., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254960



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* melalui platform media sosial pada UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri. Pada saat ini media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga menuntut para pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial agar mampu bersaing dan berkompetisi dengan pesaing yang lain. Proyek ini dilakukan pada UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri di daerah Kebon Jeruk, Jakarta Barat dengan melakukan pengelolaan media sosial dikarenakan media sosial yang dikelola belum optimal sebagai media promosi, sehingga perlu dilakukannya pendampingan dalam memanfaatkan media sosial. Konsep yang digunakan pada proyek media sosial manajemen adalah konsep SDLC (*System Development Life Cycle*) dengan metode *waterfall*. Dalam pelaksanaan proyek media sosial manajemen yang dilakukan menggunakan *content pillars promotion, entertainment, education, conversation, dan information*. Hasil dari proyek media sosial menunjukkan bahwa peran *content creator* dalam menyusun dan mengelola konten secara terencana dan konsisten berdampak signifikan terhadap peningkatan *brand awareness*, keterlibatan pelanggan, serta penjualan UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri. Dengan pengelolaan konten yang efektif, media sosial terbukti menjadi alat pemasaran yang kuat bagi UMKM dalam menghadapi persaingan.

Kata Kunci : Proyek Media sosial, *Brand Awareness*, SDLC (*System Development Life Cycle*), *Content Creator*



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand awareness through social media platforms on the UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri. Currently, social media is experiencing rapid development, which demands MSME actors to optimize the use of social media in order to compete and compete with other competitors. This project was conducted on the UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri in the Kebon Jeruk area, West Jakarta, by managing social media because the managed social media was not yet optimal as a promotional medium, thus requiring assistance in utilizing social media. The concept used in the social media management project is the SDLC (System Development Life Cycle) concept with the waterfall method. In the implementation of the social media management project, content pillars such as promotion, entertainment, education, conversation, and information were used. The results of the social media project show that the role of content creators in planning and managing content in a structured and consistent manner significantly impacts the increase in brand awareness, customer engagement, and sales of UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri. With effective content management, social media has proven to be a powerful marketing tool for SMEs in facing competition.

Keywords : Project Social media, Brand Awareness, SDLC (System Development Life Cycle), Content Creator



KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan izin-Nya, kami, sebagai tim penyusun, berhasil menyelesaikan proposal terkait Tugas Akhir Proyek Media sosial sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa. Tujuan dari proyek ini adalah agar seluruh anggota komunitas akademik Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis memahami dasar pemikiran dan proses pelaksanaan alternatif Tugas Akhir Proyek Media Sosial mahasiswa hingga sidang. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Biro Sarana Prasarana dan Biro Operasional Pembelajaran yang telah membantu kami dengan menyediakan ruangan dan meminjamkan kunci untuk kegiatan penyusunan.

Penyusunan proyek ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Diky Firdaus, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Kepada kedua Orang Tua kami tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Terima kasih kepada teman saya yaitu Muhammad Neo Khalifah, Muhammad Syaifullah, Andre Syahputra, Muhammad Luthfi Nugroho, dan Azura Maharani Shakira yang telah berkontribusi dalam pengerjaan proyek sosial media manajemen.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis menyadari bahwa Proyek Media Sosial ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Maret 2025

Penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Bagi Mahasiswa.....	15
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Proyek – Proyek Terkait.....	17
2.2 Platform Yang Digunakan.....	22
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung.....	28
2.3 Teori dan Pengertian	45
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	74
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan	74
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	77
3.3 <i>Time schedule</i> Kegiatan.....	85
3.4 Target Luaran/ <i>Social Networking Sites</i>	86
3.5 <i>Customer journey</i>	89
3.5.1 Brand UMKM : Masakan Nusantara Pakde Juri	90
3.5.2 Jenis dan Karakter Media sosial	90
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP).....	94
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	96

3.5.5 AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	102
3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	107
3.6 Penentuan Media Sosial Platform dan <i>Tools</i>	111
3.6.1 Media Sosial Platform	112
3.6.2 <i>Tools</i>	114
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	121
3.8 Rencana Organisasi Tim	123
BAB IV MANAJEMEN DESAIN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA	126
4.1 <i>Content Creator</i>	126
4.1.1 Menulis dan Menyusun Ide Konten.....	127
4.1.2 Penyusunan dan Pembuatan Konten.....	129
4.1.3 Brainstorming Creativity	142
4.1.4 Pengembangan Grafis dan Desain	145
4.1.5 Social Media Essentials	157
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	182
5.1 Kesimpulan.....	182
5.2 Saran	183
5.2.1 Saran Praktisi	183
5.2.2 Saran Teoritis.....	184
DAFTAR PUSTAKA	186
LAMPIRAN	191

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan Umum UMKM.....	2
Tabel 1. 2 Konten Media Sosial	7
Tabel 1. 3 Keuangan Sebelum Proyek	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Platform yang Digunakan.....	23
Tabel 2. 3 Tools yang Digunakan	28
Tabel 3. 1 Permbagian Kerja Tim	78
Tabel 4.1.5. 1 Alasan Penggunaan Platform.....	158
Tabel 4.1.5. 2 Konten di Platform UMKM.....	161
Tabel 4.1.5. 3 Instagram UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Sebelum dan Sesudah	174
Tabel 4.1.5. 4 TikTok UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Sebelum dan Sesudah	177
Tabel 4.1.5. 5 Whatsapp UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Sebelum dan Sesudah	179
Tabel 4.1.5. 6 Hasil Pencapaian Akun Media Sosial.....	180



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM 2018 – 2023.....	1
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media sosial di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Instagram UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Yang Mengalami Kendala Lupa Kata Kunci Akun	7
Gambar 1. 4 Instagram UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Terbaru ...	7
Gambar 1. 5 Whatsapp UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri yang mengalami Kendala	8
Gambar 1. 6 Whatsapp UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Terbaru ...	8
Gambar 1.7 TikTok UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Yang Mengalami Kendala Lupa Kata Kunci Akun	9
Gambar 1. 8 TikTok UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Terbaru	9
Gambar 1. 9 Buku Kas dengan Mitra.....	13
Gambar 2. 1 System Development Life Cycle	57
Gambar 2. 2 Tampilan Feeds Instagram	60
Gambar 3. 1 Tempat Objek UMKM.....	74
Gambar 3. 2 Time schedule Kegiatan	85
Gambar 3. 3 Logo UMKM.....	102
Gambar 3. 4 Konten Media Sosial.....	103
Gambar 3. 5 Konten Media Sosial.....	103
Gambar 3. 6 Konten Edukasi.....	104
Gambar 3. 7 Konten Edukasi.....	104
Gambar 3. 8 Testimoni Konsumen.....	105
Gambar 3. 9 Pelanggan membeli produk	106
Gambar 3. 10 Pelanggan membeli produk	106
Gambar 3. 11 Call-to-Action (CTA) pada konten TikTok.....	107
Gambar 3. 12 Logo UMKM.....	121
Gambar 3. 13 Mockup Desain Instagram	122
Gambar 4.1.1. 1 Brief Content.....	128
Gambar 4.1.2. 1 Content Planner Instagram	129
Gambar 4.1.2. 2 Content Planner TikTok	130
Gambar 4.1.2. 3 Content PlannerWhatsapps Business	130
Gambar 4.1.2. 4 Content Type.....	131
Gambar 4.1.2. 5 Content Pillar	132
Gambar 4.1.2. 6 Status Konten	132
Gambar 4.1.2. 7 Caption	133
Gambar 4.1.2. 8 Tautan	133
Gambar 4.1.2. 9 Hashtags	134
Gambar 4.1.2. 10 Konten Promosi Pesanan	136
Gambar 4.1.2. 11 Konten Entertainment.....	137
Gambar 4.1.2. 12 Konten Edukasi.....	138
Gambar 4.1.2. 13 Konten Conversational.....	139

Gambar 4.1.2. 14 Konten Infomasi.....	140
Gambar 4.1.2. 15 Konten beserta Copywriting.....	141
Gambar 4.1.3. 1 #MakanMasakanNusantara	144
Gambar 4.1.4. 1 Desain Logo Sebelum	147
Gambar 4.1.4. 2 Desain Logo Setelah.....	147
Gambar 4.1.4. 3 Desain Menu Makanan Sebelum.....	149
Gambar 4.1.4. 4 Desain Menu Makanan Setelah.....	150
Gambar 4.1.4. 5 Desain Stiker	152
Gambar 4.1.4. 6 Desain Feed Instagram Sebelum	155
Gambar 4.1.4. 7 Desain TikTok Setelah	155
Gambar 4.1.5. 1 Penjadwalan Postingan	162
Gambar 4.1.5. 2 Progress Media Sosial.....	164
Gambar 4.1.5. 3 Content Report Instagram	165
Gambar 4.1.5. 4 Content Report TikTok.....	166
Gambar 4.1.5. 5 Content Report Whatsapp	167
Gambar 4.1.5. 6 Ads Instagram.....	170
Gambar 4.1.5. 7 Ads TikTok.....	170
Gambar 4.1.5. 8 Bukti Laporan Pembayaran Ads	172



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesiadaan Kerjasama dari Mitra Usaha dalam Pelaksanaan Program Proyek Media Sosial Manajemen.....	191
Lampiran 2 Konten.....	192
Lampiran 2 a Content Pillar:.....	192
Lampiran 2 b Content Planner:	192
Lampiran 2 c Content Calender:.....	196
Lampiran 2 d Content Report:	200
Lampiran 3 Postingan Instagram.....	205
Lampiran 4 Postingan TikTok.....	208
Lampiran 5 ID Password Akun	212
Lampiran 6 Similarity Check	213

